

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MEMAKAI JASA INTERNET PADA WARNET M@NET DI
SURABAYA**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran

Jawa Timur

SKRIPSI



Oleh :

ADI YANUAR
NPM. 0642010067

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL " VETERAN " JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2010

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkah anugerah dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Internet Pada Warnet M@net di Surabaya ”**.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu kewajiban bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam rangka memenuhi tugas akademik guna melengkapi sebagian syarat untuk menempuh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur

Skripsi ini dapat selesai atas bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing Ibu Lia Nirawati, Dra, MSi selaku dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur yang telah mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra, Ec, MSi selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur.
2. Bapak Sadjudi, Drs, MSi selaku ketua Program Studi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur.

3. Bapak Nurhadi, Drs, Msi selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Bapak dan ibu dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.
5. Kedua orang tua serta kakak penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Teman – teman Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur angkatan 2006 yang sudah memberikan semangat dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih ada kekurangannya. Oleh karena itu segala ide, kritik dan saran yang konstruktif senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi penelitian ini. Semoga dengan terselesainya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Mei 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
 BAB I : PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	 6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.1.3 Konsep Pemasaran	8
2.1.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.1.2 Jasa	11
2.1.2.1 Pengertian Jasa	11

2.1.2.2 Karakteristik Jasa	12
2.1.2.3 Klasifikasi Jasa	14
2.1.2.4 Sifat-sifat Khusus Pemasaran Jasa	15
2.1.2.5 Macam-macam Jasa	17
2.1.3 Faktor Yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Jasa	19
2.1.4 Harga	21
2.1.4.1 Pengertian Harga	21
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga	22
2.1.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	23
2.1.4.4 Sasaran Penetapan Harga	25
2.1.4.5 Metode Penetapan Harga	25
2.1.5 Pelayanan	27
2.1.5.1 Pengertian Pelayanan	27
2.1.5.2 Tujuan Pelayanan	28
2.1.5.3 Kualitas Pelayanan	28
2.1.6 Fasilitas	31
2.1.7 Kepuasan Konsumen	32
2.1.7.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	32
2.1.7.2 Strategi Kepuasan Konsumen	33
2.1.7.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	34
2.2 Kerangka Berpikir	36
2.3 Hipotesis.	38

BAB III : METODE PENELITIAN	39
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43
3.2.3 Penarikan Sampel	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1 Jenis Data	45
3.3.2 Sumber Data	45
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	45
3.4 Teknik Analisis dan Pengujian Uji hipotesis	46
3.4.1 Uji Kualitas	46
3.4.1.1 Uji Validitas	46
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	47
3.4.1.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.4.3 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.4.4 Uji Hipotesis	51
3.4.4.1 Uji F	51
3.4.4.2 Uji t	53
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Jabata	56
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	56
4.1.2 Lokasi Perusahaan	56
4.1.3 Gambaran Umum Penelitian	56

4.2 Karakteristik Responden	57
4.2.1 Indentifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Indentifikasi Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Indentifikasi Berdasarkan Pekerjaan	58
4.3 Penyajian Data	59
4.3.1 Deskripsi Variabel Harga	59
4.3.2 Deskripsi Variabel Pelayanan	61
4.3.3 Deskripsi Variabel Fasilitas	62
4.3.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	63
4.4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	65
4.4.1 Uji Validitas	65
4.4.2 Uji Reliabilitas	66
4.5 Analisis Dan Pembahasan	67
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	67
4.5.2 Analisis Statistik Regresi Linear Berganda	71
4.6 Pengujian Hipotesis	73
4.6.1 Pembuktian Hipotesis Variabel Bebas Secara Simultan	73
4.6.2 Pembuktian Hipotesis Variabel Bebas Secara Parsial	75
4.7 Pembahasan	79
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Identifikasi Berdasar Usia	58
Tabel 4.3 Identifikasi Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Harga	59
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Pelayanan	61
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Fasilitas	62
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	63
Tabel 4.8 Validitas Masing-masing Item Variabel Bebas	65
Tabel 4.9 Validitas Masing-masing Item Variabel Kepuasan Konsumen	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.11 Nilai VIF	68
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Heterokedastisitas	69
Tabel 4.13 Tes Autokorelasi	70
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4.15 Analisis Varian	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar Kerangka Berpikir	38
Gambar Penerimaan/Penolakan Secara Simultan	74
Gambar Kurva Distribusi Secara Parsial Faktor Harga	76
Gambar Kurva Distribusi Secara Parsial Faktor Pelayanan	77
Gambar Kurva Distribusi Secara Parsial Faktor Fasilitas	78

DAFTAR LAMPIRAN

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA INTERNET PADA WARNET M@NET DI SURABAYA

Abstraksi

Adi Yanuar

Pada kemajuan zaman dewasa ini atau yang sering disebut era globalisasi, batasan-batasan dan wilayah satu tempat dengan wilayah yang lain hampir tidak ada. Demikian juga dengan proses komunikasi yang dulu dilakukan dengan cara konvensional dengan berbicara secara langsung, sekarang sudah dapat dilakukan dari jarak jauh dengan menggunakan produk-produk teknologi informasi, dimana orang-orang akan lebih mudah melakukan komunikasi tanpa harus terganggu oleh jarak antar orang yang akan berkomunikasi. Salah satu jasa dari teknologi informasi yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat pada saat ini adalah sarana internet, melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen, maka perlu diperhatikan faktor-faktor kualitas layanan jasa seperti harga, pelayanan, dan fasilitas yang ada pada warnet tersebut. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan warnet m@net Di Surabaya tidak diketahui. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang yang diambil dengan menggunakan teknik penarikan sampel *Purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Selanjutnya data dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis data disimpulkan bahwa **1)** Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel harga, pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, **2)** Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, **3)** Dari seluruh variabel bebas yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel pelayanan yang memiliki pengaruh paling dominan.

Keyword : harga (X_1), pelayanan (X_2), fasilitas (X_3) dan kepuasan konsumen (Y).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman dan juga perkembangan peradaban dewasa ini telah membawa umat manusia kepada perubahan-perubahan kehidupan ke arah yang lebih baik. Pada kemajuan zaman ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar yang semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem strategi pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa.

Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah diharapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas-fasilitas yang menunjang dan prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan.

Memberikan kepuasan konsumen yang baik merupakan sebuah strategi yang sangat penting karena dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan baru, lebih sedikit kehilangan pelanggan, lebih banyak pendekatan dari persaingan harga. Pelayanan yang unggul juga bisa memberikan semangat karena membutuhkan pembangunan budaya organisasi di mana orang ditantang untuk menunjukkan potensi mereka agar diakui dan dihargai. Pelayanan merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses.

Komunikasi sebagai kebutuhan hidup sehari-hari saat ini sudah merupakan kebutuhan mutlak. Pola hubungan manusia dari waktu ke waktu mengalami perubahan dan perkembangan. Jika manusia dahulu berkomunikasi dengan cara yang konvensional seperti dengan cara bertatap muka dan berbicara secara langsung, komunikasi pada zaman sekarang sudah dapat menggunakan sarana teknologi informasi seperti telepon, satelit, internet, dan lain-lain, yang tentu lebih bisa menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Seseorang yang mempunyai kepentingan bisnis atau urusan tertentu tidak harus bertemu langsung relasi bisnisnya, tetapi bisa dengan melakukan pembicaraan terlebih dahulu dengan menggunakan pesawat telepon. Kondisi demikian dimungkinkan karena perkembangan yang sangat pesat di bidang teknologi informasi yang semakin bisa menyediakan fasilitas dan alat komunikasi yang semakin modern dan canggih.

Salah satu jasa dari teknologi informasi yang banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat pada saat ini adalah sarana internet melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang ditawarkan murah, kualitas pelayanan yang baik, dan fasilitas yang disediakan memadai dan nyaman kepada pelanggan dari para pesaing. Maka dengan perbedaan yang diberikan penyedia jasa menimbulkan adanya *gap* atau kesenjangan, maka dapat diketahui apakah terpenuhi atau tidak harapan dari konsumen, sehingga akan mempengaruhi tercapainya kepuasan konsumen.

Warnet yang merupakan salah satu perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang layanan jasa internet merupakan salah satu komponen bagi perkembangan sektor informasi. Sektor informasi ini mempunyai perkembangan yang cukup pesat, yang dapat dilihat dengan semakin maraknya jumlah warnet sekarang ini. Setiap warnet itu mempunyai layanan yang berbeda-beda. Di Surabaya telah banyak bermunculan warnet yang menandakan bahwa persaingan antar warnet semakin kompetitif, sehingga harus lebih berhati-hati dalam menjaga keberadaan warnetnya.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen maka perlu diperhatikan faktor-faktor kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Pada saat ini, konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan-pertimbangan seperti harga, pelayanan dan fasilitas yang ada pada warnet tersebut. Hal ini penting sekali untuk dilakukan mengingat bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang apabila kinerja dari jasa tersebut mampu memberikan sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau bahkan merekomendasikan kepada calon konsumen lain hal-hal yang buruk terhadap warnet tersebut sehingga dampaknya akan sangat merugikan warnet itu sendiri.

Kepuasan konsumen juga merupakan hal yang penting untuk diteliti, karena hal ini merupakan salah satu alasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang jasa internet pada warnet tersebut.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan atau pihak warnet dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian secara berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang tentunya menguntungkan bagi perusahaan dalam hal ini adalah pihak warnet tersebut sendiri.

Berawal dari masalah ini, maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian terhadap warnet dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memakai jasa internet pada warnet M@net Di Dukuh Kupang Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet m@net di Surabaya?
- b. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet m@net di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan antara harga, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet m@net di Surabaya?

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara harga, pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet m@net di Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasaran. Khususnya digunakan sebagai solusi alternative dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menilai kualitas layanan pada warnet.

- b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi manajemen perusahaan khususnya dibidang pemasaran, selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.